

# **НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ**

## **МАГИСТЪРСКИ ФАКУЛТЕТ**

Департамент „Дизайн”

Докторска програма „Дизайн”

Биляна Атанасова Калоянова

### **Концептуален дизайн. Нови тенденции и практики**

#### **Автореферат**

на дисертационен труд

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“

научно направление 8.2 „Изобразително изкуство“

**Научен ръководител: доц. д-р Емилия Панайотова**

София

2014 г.

Дисертационният труд съдържа: увод, три глави, заключение, библиография, приложения, научни приноси с общ обем от 193 стр., включени са общо 107 изображения, подкрепящи теоретичното изследване.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита от съвета на Департамент “Дизайн” на 18.03.2014

и насочен за защита от съвет на Магистърски факултет, Нов български университет, София.

Публичната защита ще се състои на ..... 2014 г., от ..... в ..... зала, НБУ.

## ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

### Актуалност на проблема

Актуалността на темата на дисертационното изследване се определя от високата социална и икономическа значимост на съвременния дизайн. В своята същност концептуалният дизайн е носител на социалните промени от началото на XX в. до сега. От тази гледна точка дизайнът съответства на скритите натрупвания в социално-икономическите, политическите и културни ситуации в обществото. Големите изменения, които настъпват в обществените и естетически качества на предметите, интериора и екстериора, се явяват ясен показател за значимостта на дизайна, в неговата концептуална същност, както и за безграничната сила на неговото въздействие върху човека. Чарът и силата, на съвременния социален и културологичен прогрес, до голяма степен са обусловени от дизайна и от активното му използване, както за икономически и политически цели, така и като алтернативен глас за нови прогресивни идеи.

Терминът „концептуален дизайн“ все още не е ясно детерминиран, вследствие на което неговите употреби също са неясни, често неадекватни и по-скоро интерпретативни спрямо конкретен контекст. Масово в международната дизайн теория и практика и особено в България терминът се асоциира с избора на дизайн концепция като набор от инструменти, спрямо които се развива конкретният дизайн процес. Едва в последните десетина години в международната дизайн теория, вследствие на развитието на мощна вълна от практики, чиито наратив не е подчинен на функционализма и формализма, терминът започва да придобива съвременното си звучене и концептуалният дизайн да бъде детерминиран във взаимовръзката между дизайна и концептуалната тенденция в изкуството на XX в. Именно тези специфики на проблематиката, както и липсата на подобно изследване в България, определят значимостта на темата и научното любопитство на автора. Авторовият интерес към това изследване, и към медиалните функции на дизайна, е предизвикан и от личните наблюдения, върху развитието на международната дизайн практика, събирани през последните пет години на най-мащабните европейски дизайн форуми и изложения – „Maison & Objet“ гр. Париж, Франция и „Heimtextil“ гр. Франкфурт, Германия.

Написването на тази дисертация ще запълни известни празноти в специализираната дизайн теория по отношение на концептуалния дизайн и ще предостави опорна точка на евентуални бъдещи изследвания посветени на тази проблематика.

## **Обект и предмет на изследването**

Обект на изследването са взаимоотношенията и взаимовръзките между специфичните процеси, които протичат в дизайна, авангардното и концептуално изкуство и контекстуалните обществени, икономически, политически и културни фактори, които имат отношение към тези процеси.

Предмет на изследването е концептуалният дизайн, неговото детерминиране и систематизиране.

## **Основна изследователска теза**

Концептуалният дизайн е явление в съвременния дизайн, чиято поява и развитие се дължи на конкретни исторически процеси, които протичат в изкуството и обществото през XX в. и XXI в. Концептуалният дизайн може да бъде терминологично дефиниран въз основа на ясни критерии. Новите теории и практики в концептуалния дизайн могат да бъдат класифицирани по същностни признаци и обединени в основни тенденции.

## **Цели и задачи**

Целта на дисертационния труд е да се изведе понятието „концептуален дизайн“, да се изследва неговото възникване, обособяване, развитие и съвременно състояние. Да се очертаят възможни посоки на бъдещо развитие. Тези цели ще бъдат постигнати чрез решаването на конкретни задачи:

- Изследване и анализ на концептуалния дизайн в системата на понятията в дизайна
- Изследване и анализ на взаимоотношенията и взаимовръзките между специфичните процеси, които протичат в дизайна, авангардното и концептуално изкуство
- Изследване и анализ на обществените, икономически, политически и културни фактори, които имат пряко отношение към възникването, обособяването и развитието на концептуалния дизайн
- Систематизиране на материали, форми и среди, пряко и косвено свързани с концептуалния дизайн
- Конструирание на фундаменталните положения, които представляват комплекс от принципи, като се използват вече съществуващите принципи на дизайн анализа
- Промени в структурата на дизайн анализа, чрез осъвременяване на критерийния апарат, свързан с концептуалния дизайн

- Извеждане на методологията, критерийния апарат и инструментариума на концептуалния дизайн.
- Обосновано извеждане на нови тенденции за развитие на концептуалния дизайн.

### **Методология и работна рамка на изследването**

Настоящата дисертация е позиционирана във времевата рамка от началото на ХХ в. до сега. Този обширен период може да бъде обоснован с липсата на конкретна литература по темата и необходимостта от изследване и анализ на историческите процеси, които имат пряко отношение към възникването, обособяването и развитието на концептуалния дизайн. Логическата структура на текста следва обособяването на три времеви периода спрямо конкретното значение на тези процеси към проблематиката на изследването.

Основните методи използвани в дисертацията са: историко – хронологичен метод, сравнителен анализ, индуктивен метод

### **Терминологичен апарат**

Специфичният предмет на изследване на дисертационния труд и неговото детерминиране в системата на понятията в дизайна налага необходимостта от конкретизиране на част от използваната терминология.

Когато говорим за *авангардно и концептуално изкуство* ще се придържаме към изследването на Дворянов, в което той очертава параметрите на концептуалната тенденция в съвременното изкуство.

*Ре-дизайн* е значим термин в контекста на настоящото изследване. Под редизайн, особено в българската специализирана литература е възприето да се разбира извършването на корекции и необходими изменения в облика на промишлените изделия. От 70-те години на ХХ в. в международната дизайн теория е въведен и терминът *ре-дизайн* обозначаващ манипулиране на съществуващи предмети, чрез декоративен подход, с цел постигане на различен художествен контекст. За да бъде избегнато двусмислие двата термина ще бъдат изписвани по посочения начин.

За изчерпателност относно понятието *реди мейд* ще се позовем на Мийе, която го детерминира като термин, който насочва директно към Марсел Дюшан, но подчертава, че в широката му употреба се свежда до обсебването на предмет от консумативното общество – стандартен и масов, от художника, който със своя избор, му придава статут на произведение на изкуството

*Социална отговорност в дизайна* ще възприемем като понятие в смисъла на дизайн, който заема активна социална позиция спрямо конкретни обществени процеси, а не в контекста на която и да е социална идеология.

Под *устойчив подход в дизайна* разбираме съобразяване на дизайна с основните принципи на устойчивото развитие: опазване на околната среда и ефективно използване на ресурсите, грижа за обществото, икономическа обоснованост.

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

### **УВОД**

### **ПЪРВА ГЛАВА. Исторически предпоставки за появата и развитието на концептуален дизайн**

Изводи към първа глава

### **ВТОРА ГЛАВА. Поява и развитие на концептуални дизайн теории и практики**

2.1. Дизайнът в следвоенния период. Добър дизайн

2.2. Дизайнът в контекста на масовата култура

2.3. Попарт и нови реалисти

2.4. Концептуал арт

2.5. 60-те години на XX в. – дизайн, революция, поява на концептуални дизайн теории и практики

2.6. 70-те и 80-те години на XX в., постмодернизъм, развитие на концептуални дизайн теории и практики

Изводи към втора глава

### **ТРЕТА ГЛАВА. Концептуален дизайн. Нови тенденции**

3.1. Отговорен дизайн

3.1.1. Новаторски и устойчив дизайн

3.1.2. Реди мейд дизайн и ре-дизайн

3.2. Емоционален и нематериален дизайн

Изводи към трета глава

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

### **ПРИЛОЖЕНИЯ**

### **ОПИСАНИЕ НА ПРИЛОЖЕНИЯТА**

### **НАУЧНИ ПРИНОСИ**

## **УВОД**

Съдържа обосновка за избора на тема, базирайки се на нейната значимост и актуалност. Посочва основната изследователска теза, целта на изследването и поставените задачи. Определя обекта и предмета на дисертационния труд и изяснява някои основни термини, използвани в текста. Описва методологията и структурата на изследването.

## **ПЪРВА ГЛАВА. Исторически предпоставки за появата и развитието на концептуален дизайн**

Първа глава на дисертационния труд обхваща времевите рамки от началото на XX в. до Втората световна война. Изследвани са историческите предпоставки обуславящи появата и развитието на концептуален дизайн. Фокусът е поставен върху авангардните течения в изкуството, „в недрата“ на които възниква и след края на Втората световна война се развива концептуалната тенденция, както и върху появата и развитието на нови, радикални дизайн теории и подходи. Разгледани са футуризма, дадаизма и Марсел Дюшан, руския конструктивизъм, теориите на Василий Кандински и школата Баухаус, както и движението Де Стил, работата на Петър Беренс. Тъй като изброените движения и автори не са основен обект на изследване в дисертационния труд, те не са подробно анализирани, а обзорно, хронологично представени в контекста на значението, което имат за развитието на дизайна, на неговата философска и концептуална основа, както и за съвременното му състояние.

Разгледани са и специфичните процеси, които се развиват в САЩ през 30-те години миналия век, свързани с финансовата криза от 1929 г. и търсенето на нови механизми за стимулиране на потреблението. В следствие на тези процеси се заражда консумативната култура, в която дизайн играе съществена роля заради способността успешно да формира „добавена стойност“ на продуктите за масова употреба. Създават се инструменти използвани за подхранване на желанието за притежание и създаване на „илюзорна“ стойност на продуктите, като например „стайлинг“.

### Изводи към първа глава

През разгледания исторически период се извършва цялостна промяна в парадигмата на изкуството с разгръщането на мощна вълна от авангардни течения.

Установените класически догми биват разрушавани, творците изследват нови похвати, изразни средства, алтернативни и иновативни подходи. Усилията са насочени към идеите за размиване на границите между изящно и приложно изкуство, симбиоза на изразните средства от всички изкуства, преобразуване на натурализма към абстрактни форми, възприемане на машините и индустриалното производство като изразни средства на разположение на творците.

Творците заемат активна социална позиция свързана с противопоставяне на индивидуализма, на самата структура на буржоазното общество, за сметка на постигане на нов баланс, на общо универсално съзнание. Стременията са за интегриране на изкуството в живота, за сливане между изкуството и модерният живот.

Възниква идеята за „концепта“. Появява се концептуалното противопоставяне на „духовно“ и „материално“, на „вътрешно“ и „външно“ стимулирано изкуство. Преминва се отвъд идеята за изкуството като визуално възприемане на обекта към осмислянето на произведението на изкуството като „идея“ или „посредник на идеи“.

През разгледания исторически период в Европа дизайнът и авангардното изкуство споделят общи идеи и изразни средства, имат общи цели и обща концептуална основа.

Същевременно се появява функционалистичната постановка, която поставя дизайнът по-скоро в контекста на инженерния отколкото творчески подход. Ролята на „дизайнерът-инженер“ се популяризира в САЩ, извън контекста на специфичната в Европа културна ситуация.

Дизайнът започва да се развива като инструмент в бизнес модел насочен към стимулиране на потреблението, чрез формирането на илюзорна добавена стойност към продуктите за масова употреба.

## **ВТОРА ГЛАВА. Поява и развитие на концептуални дизайн теории и практики**

Втора глава обхваща периода от края на Втората световна война до 90-те години на XX в.

### **2.1. Дизайнът в следвоенния период. Добър дизайн**

Втората световна война предизвиква фундаментална промяна в баланса на силите, както политически и икономически, така и в международната дизайн общност. В следвоенния период, благодарение на голямата емиграция на прогресивни творци,



художници, дизайнери и архитекти, САЩ развиват своя собствена културна среда, чиито продукти тя инвазивно налага, благодарение на уязвимата икономически и опустошена физически Европа. Като резултат се наблюдава обръщане на културният обмен. Дизайнът играе съществена роля в променящата се международна културна среда, която в контекста на историческото време е свързана преди всичко с разработването на нови пазари. Модерният дизайн преминава от етапа на предимно теоретични разработки и ограничени практики към силно развита практическа дейност с международен характер. Дизайнът в следвоенните години промоциран като „добър дизайн“ (good design) е налаган чрез изложби, организирани от МоМА и други музеи, и изложения като Миланското триенале, което включва и раздаване на награди на конкурсен принцип. Множеството потребители и производители обаче не разбират принципите и модела на „добрия дизайн“ като универсален набор от стандарти, които служат за подобряване качеството на живот в контекста на по-хуманно общество, изповядващо отговорни демократични ценности. По-скоро дизайнерските продукти представляват, за бързо разрастващата се средна класа, още една възможност за себerealизация чрез консумизъм. Това води до позиционирането на дизайна като неразделен компонент от масовата култура и новия начин на живот основан на хедонизма, охолството и свободното време. „Добрият дизайн“ като символ на Модернизма и част от стилистиката на Функционализма се превръща в догматичен, масово популяризиран, интернационален стил в контекста на масовата култура.

## 2.2. Дизайнът в контекста на масовата култура

Според френският социолог Едгар Морен масовата култура се заражда още в началото на XX в. Никога преди това културата и личният живот не са били в търговско обръщение – индустриално произвеждани и меркантилно продавани. Новата култура произлиза от киното, радиото, телевизията, пресата и през втората половина от XX в. се развива успоредно с класическите национални, хуманистични и религиозни култури, като едновременно ги адаптира в себе си и се опитва да ги разруши. Какво всъщност означава „масова култура“? Това е култура, произведена според масовите норми на индустриалното производство, разпространена чрез средствата за масова комуникация (масмедии, mass media), предназначена за една обобщена социална маса, или гигантски агломерат от индивиди взети извън вътрешните структури на обществото, като класи, семейство и т.н.

Дизайнът играе съществена роля в новите, модерни митове на обществото, създавани и налагани чрез масовата култура. Тя предоставя на индивида образите и моделите, които дават форма на стремежите му. Масмедииите разпространяват масовото схващане за това какво е „хубав“, „модерен“, „непринуден“ живот, като същевременно го правят да изглежда колкото близък, толкова и желан. През този период благодарение на новите материали и технологии дизайнът до голяма степен постига стремежите за подобряване начина на живот на обществото. Но той се вписва в „духът на времето“ и се превръща в част от системата на масовата култура, замествайки своята социално отговорна функция със задоволяване на непрекъснатия стремеж към консумиране на „новото“.

Масовата култура е обект на много критики още през 50-те години на XX в., които са обзорно разгледани в дисертационния труд.

### 2.3. Попарт и нови реалисти

Названието „попарт“ се появява за първи път в статии на британския критик Лорънс Алъуей. Той, както сам пояснява, не използва термина за да обозначи изкуството, което намира вдъхновение в масовата култура, която същевременно критикува. Алъуей назовава самата масова култура – „попарт“ и „попкултура“. Така или иначе думата „поп“ (pop) започва да циркулира в пространството като олицетворение на нещо за незабавна консумация, бързо и евтино, обещаващо хедонизъм и без никаква художествена стойност.

В дисертационния труд са разгледани основните автори - попартисти, както и движението на „Новите реалисти“, които преодоляват така наречената „празнина между изкуството и живота“, и поставят знак за равенство: изкуство = живот. За да постигнат тази цел те се занимават пряко с реалността. Тази реалност, която е света на масовото производство, консумацията и масмедииите. Новият реализъм – това е реализъм на конкретния предмет – обсебен от художника, но често манипулиран, което надгражда реди мейд подходът на Дюшан със социална критика. Фокусът е поставен върху личността и творчеството на Ив Клайн. Докато другите нови реалисти изобразяват, присвояват и критикуват материалната действителност на индустриалната цивилизация, той се стреми към постигане на нематериалност. В действителност Клайн може да бъде наречен „истинският приемник“ на философията на Дюшан, тъй като използва нематериалността на идеята, на концепцията като изразно средство в своето

изкуство. Влиянието, което Клайн оказва върху творците, от своето и следващите поколения е огромно, той допринася за развитието на пърформънса, хепънинга, концептуал арт. И ако авангардите от първата половина на XX в. се стремят към нищото и пустотата, неоавангардите, които развиват концептуалната тенденция стигат до формулата  $\text{изкуство} = \text{живот}$ , или всичко е изкуство.

#### 2.4. Концептуал арт

Концептуализмът се появява като течение в изкуството средата на 60-те години, като втората половина на 70-те се превръща в доминираща сила, абсолютен лидер, догматика. Концептуалистите се бунтуват срещу традиционното правене на изкуство, което предхожда разбирането. Идеологията на концептуалното изкуство е действие, което следва философията. Концептуалистите отричат предметната, материална, конвенционална форма на изкуство. Те възприемат изкуството като акт на предаване на информация. Произведението на изкуството е средство за общуване, а самото изкуство се стреми към нематериалност. Концептуалните автори изключително работят с текста като изразно средство. Отношението към текста, текстът като носител на информация или текстът сам по себе си.

#### 2.5. 60-те години на XX в. – дизайн, революция, поява на концептуални дизайн теории и практики

Индустриалната продукция, новите масово произвеждани предмети и експанзията на масовата култура остро вълнуват творците в следвоенния период. Изкуството търси начини да се самоопредели в променената културна ситуация, като стъпва на идеите, практиките и теориите на авангардите от първата половина на века. Същевременно дизайнът започва да изпитва известно неудовлетворение като част от системата на масовата култура и да преосмисля ролята, която играе в обществените процеси. През 60-те години на 20-век се наблюдава своеобразна дизайн експанзия – масовият дизайн навлиза широко в дома. Благодарение на новите синтетични материали, които предоставят хиляди възможни избори от цветове и имитации и стандартизираните елементи на „направи си сам“ обзавеждането, се разширяват понятията за комфорт, удобство и себереализация като подобрието на дома става неразделен компонент от себеизразяването за хората от средната класа. Този дизайн бум захранва мита за по-добър живот чрез дизайн, не и без активната рекламна

пропаганда. Рекламите на новите продукти почти изключително са с участието на жени в стереотипната роля на домакини, наслаждаващи на своите нови домакински уреди и интериори, придобили щастие, чрез консумацията на стоки. Масмедиите създават митологизиран образ не само на продуктите, но и на личността на дизайнерите, например американското списание „Плейбой“ публикува през 1961 г. голяма статия озаглавена „Designs for living“, в която представя шест дизайнера, сред които Чарлз Иймс, Ееро Сааринен, Джордж Нелсън, и техните продукти. Тези процеси са фундаменталната основа на митовете на консумативното общество, което през 1968 г. Жан Бодрийяр анализира в книгата „Системата на предметите“. Това е и годината на мощна вълна от стачки и протестни движения, които завладяват западния свят. Картината характеризираща периода на 60-те години на миналия век е болезнено наситена, с политически и социални промени и революции.

Тази бурни събития неизменно се отразяват и на ситуацията в дизайна, която ескалира по време на Миланското триенале през знаковата 1968 г. В деня на откриване на Триеналето група демонстранти окупираат изложението, като спират достъпа до него и организират седящата стачка, продължила следващите десет дни. Забележителното в това събитие, е че много от изложителите заемат страната на протестиращите и се присъединяват към тях, подкрепяйки техните обвинения към организаторите на събитието, които са „клика“ с користни цели и „фашистки“ действия. Установеното международно статукво на дизайна внезапно се сблъсква с реакционните действия на авангарда. Дошъл е историческият момент, в който изглежда, че дизайнът е способен само да генерира проблеми, но е неспособен да предложи решения. Те могат да дойдат само чрез анализ и преосмисляне на същността на дизайнерската дейност, чрез радикална промяна на парадигмата и неизбежно обръщане към концептуалното.

През 60-те години на XX в. дизайнът извършва своята иконоборческа революция, появяват се концептуални дизайн теории и практики, които поставят началото на развитие на концептуалната тенденция в съвременния дизайн.

Тези дизайн теории и практики са подробно разгледани и анализирани в дисертационния труд: Въвеждането на метода реди мейд в дизайна от Акиле и Пиер Джакомо Кастилиони; Изложбата „Антагонизми 2, Предметът“, проведена в Париж 1962 г.; Концепциите за „освобождение на тялото“; Идеите за утопична, въздушна, мобилна архитектура, през 60-те години на XX в. и отражението на тези радикални и концептуални визии в интериорния дизайн; Идеите за възраждане на социалната роля на дизайна; Реакционните движения „Радикален дизайн“ и „анти-дизайн“; Изложбата

„Италия: новият домашен пейзаж“ (Italy: The New Domestic Landscape), проведена в МоМА.

## 2.6. 70-те и 80-те години на XX в., постмодернизъм, развитие на концептуални дизайн теории и практики

Изложбата „Италия: новият домашен пейзаж“, проведена през 1972 г., в МоМА е огромна по своето значение, защото отразява „климата“ в дизайна в края на 60-те и началото на 70-те години. Това, което характеризира периода, както в дизайна така и в обществото, е че в следствие на революционните протестни действия от 1968 г. се задействат процеси, които създават ситуация на фрагментиране на реалността. Наратив вече не е концепцията полезно „за всеки и за всички“, а „специфично за отделната група“. В предговора към каталога на изложбата, нейният куратор Емилио Амбаз пише: „съвременният дизайн в Италия не е кохерентна структура от идеи, по отношение на форма и идеология, а сложен комплекс от течения и контратечения“. Той детайлно разяснява своето убеждение, че тези различни „фракции“ могат да бъдат обединени в три групи: конформисти, реформисти и провокатори.

Именно от последните две групи в дизайна се развиват дизайн подходите, които определяме като концептуални подходи, които оформят и концептуалните тенденции. Отделени са в самостоятелна група „концептуален дизайн“ по няколко критерия:

- **преминават отвъд формата и функцията, наратив е посланието**, което обектът носи, интерпретациите които позволява, медиаторската роля, която изпълнява. Това не означава, че обектът не може да бъде функционален за употреба или естетически издържан, а че това е второстепенна цел при неговото проектиране. В съвременните форми на концептуалния дизайн имаме дори крайно преминаване отвъд, наблюдава се дизайн, който е свързан преди всичко с действията и емоциите, отколкото с формата и функцията. Концептуалният дизайн е диалог между твореца и публиката, като той може да бъде осъществен или чрез материални носители – дизайн обекта или чрез посредничеството на новите технологии, или чрез намеса в средата/пространството, трансформиране на средата и създаване на имажинерна среда. Обектите могат да бъдат индустриално произведени, или чрез ръчни похвати (което не бива да се бърка с възраждане на занаятчийството), или дори чрез използване на природните стихии

- **наличие на критичен тон**, без значение дали дизайнът е на реални обекти или на езикови концепции (манифести, проекти, които остават на хартия, поради невъзможност да бъдат реализирани) те съдържат критика към определени процеси, които протичат, както в дизайна така и в обществото като цяло. Най-често това е критика срещу масовия дизайн, като икономически и маркетингов инструмент и консумативното общество. Това е дизайн, който не следва определен икономически модел или маркетингова концепция, а самият дизайн процес е концептуален акт.

- **дизайн, който е в същностна връзка с концептуалната тенденция в изкуството** и заимства определени подходи от него: като използването на реди-мейд (ролята на дизайнера не като създател, а като манипулатор на предмети), на инсталация и пърформънс в дизайна.

Прибегнато е до аналогия с теориите на Кандински за да се обясни същността на това, което е определено като концептуален дизайн. Приемаме, че масовият конформистки дизайн е „външно стимулирано изкуство“ – той се определя и развива спрямо външни критерии като икономически фактори, маркетингови инструменти, модни тенденции, има огромен дял в паричните потоци на мултинационалните компании и често пренебрегва социалните отговорности. Този дизайн в своята същност е едновременно и елитарен и стандартизиран, той подхранва и участва в митовете на консумативното общество. Концептуалният дизайн е контрапункт на всичко това. Той е „вътрешно“ стимулирано изкуство, той провокира, критикува, задава неудобни въпроси и предлага, понякога твърде алтернативни отговори. Дизайн процесът е мотивиран от вътрешната необходимост на твореца да заеме активна социална позиция чрез дизайна като посредник, да осъществи диалог и комуникация с публиката, която не се свежда до осреднения, стандартизиран, масов потребител.

Марсел Дюшан противопоставя „ретиналното“ изкуство и изкуството като представяне на „идея“, и разглежда творбата като концептуален посредник на идеи. Това противопоставяне в дизайна се изразява в контрапункта консумативен-концептуален дизайн. Консумативният дизайн е функционален, ергономичен, естетически и стилово издържан (може да бъде дори реформаторски в някои отношения), той предизвиква да бъде притежаван, а притежанието му носи определена добавена стойност, която потребителят придобива, но която за сравнително кратко (и то не пропорционално на заплатената цена) бива изконсумирана, тя изчезва, разтваря се във въздуха като миризма и това поражда ново желание да се притежава следващото. А дизайнерите се надпреварват да проектират това следващо.

Като цяло появата на групата, която обособяваме като „концептуален дизайн“ на базата на определени критерии се заражда през 60-те години на 20-век и се развива като осъзната практика през следващите две десетилетия. Разгледани са основните движещи личности, групи и събития: студио „Алхимия“; Алесандро Мендини и метода ре-дизайн; група „Мемфис“; дизайнерите манипулатори; концептуалните дизайн обекти на Широ Курамата; Рон Арад и прилагането на реди мейд подход в дизайна в контекста на повторната употреба на материалите; теориите на Виктор Папанек, който проповядва необходимостта от дизайн обвързан със социални и екологични отговорности; изложбата „Човек трансФормира“; Франк Шрайнер; Андреа Бранци и др.

### Изводи към втора глава

В следвоенния период дизайнът, благодарение на новите материали и технологии, до голяма степен постига стремежите за подобряване начина на живот на обществото. Но посоката на развитие е отклонена от неговата социално отговорна функция към задоволяване на експанзивния стремеж за консумиране на новото. Дизайнът се вписва в „духът на времето“ и се асимилира в системата на масовата култура. През този близо двадесетгодишен период дизайнът отива твърде далече от общата концептуална основа, която споделя с авангардното изкуство преди войната.

В изкуството се появяват реакционни движения срещу масовата култура. Попартът присвоява характерният визуален код на поп културата и иронично пресъздава нейните знаци. Изкуството асимилира „ниската“ култура отразява я и същевременно безпощадно я критикува. В Европа се развиват неоавангардни движения, които възраждат дадаистичните експерименти, изследванията на Баухаус, философията на Дюшан. Новите реалисти надграждат реди мейд подходът на Дюшан със социална критика. Неоавангардите развиват концептуалната тенденция и достигат до формулата изкуство = живот или всичко е изкуство. Изкуството започва своя стремеж към нематериалност. Развива се концептуалното изкуство, чийто наратив е действие, което следва философията.

През 60-те години на XX в. в контекста на силно динамичните социално-обществени процеси дизайнът извършва своята иконоборческа революция. Появяват се реакционни дизайн теории и практики, които поставят началото на развитие на концептуалната тенденция в съвременния дизайн. Дизайнът се противопоставя на властващата практика, превърнала функционализма и рационализма в самоцел, а

„добрият дизайн“ и стила в маркетингови инструменти, които го отделят от неговите социални и културни отговорности. Дизайн обектите преминават отвъд функционалната, утилитарна и формалистична същност и са натоварени с концептуално значение, предразполагат към различни интерпретации и имат силно изразен критичен характер. Дизайн обектите притежават в по-голяма или по-малка степен постмодерната способност на художествената творба да се самоотрича.

Появяват се алтернативни дизайн теории, които проповядват необходимостта от възприемането на дизайна като дейност подпомагаща оцеляването на планетата, във връзка както с околната среда, така и с обществото. Към социалните и културни отговорности на дизайна се прибавя и необходимостта от обвързване с екологични отговорности.

В контекста на постмодерната ситуация на фрагментиране на реалността дизайнът образува сложен комплекс от течения и контратечения, спрямо които дизайнерите могат да се обединят в три основни трупя: конформисти, реформисти и провокатори.

Анализът на развилите се през периода реформистки и провокативни дизайн теории и практики позволява извеждането на основни критерии спрямо които дефинираме понятието „концептуален дизайн“.

### **ТРЕТА ГЛАВА. Концептуален дизайн. Нови тенденции**

Трета глава на дисертационния труд обхваща времевите рамки от началото 90-те години на XX в. до началото на 2014 г.

Картината на съвременния дизайн е колкото неизмерима, толкова и многопластова. Масовият, конформистки дизайн доминиран от стимулирането на консумацията и инструментите за икономически растеж, продължава да владее огромен процент от дизайн практиката. Процъфтяват огромните мултинационални мебелни хипермаркети, които предлагат стандартизирани стоки рекламирани чрез каталози по пощата и масмедията. Те проповядват изборът на продукти и собственооръчното сглобяване като креативен процес и възможност за творческа себerealизация за хората от средната класа, а функционалността на продуктите като водеща, основна роля на дизайна. Съществуват и не малко „звездни дизайнери“, които проектират широка гама от изтънчени продукти за определени производители, които определят характерния стил на живот на „по-високите“ социални класи, които съответно разполагат с по-



високи доходи, а начинът им на живот неизбежно се превръща в модел за подражание. Както мултинационалните вериги, така и изтънчените „висши“ производители отреждат на дизайна роля в увеличаването на предлагането и търсенето на продукти като гаранция за икономическа мощ и разширяващи се пазари. Много от тези производители, в рекламата на своите продукти, заявяват социална отговорност към производства съобразени с околната среда и човешкото здраве. За съжаление, в много от случаите, тези активности са силно преувеличени и са по-скоро рекламен трик в контекста на все по-мощните движения за опазване на околната среда, възникнали през 70-те години на миналия век и прогресивно развиващи се и през XXI в. Масовата култура е все по-ориентирана към консуматорското потребление на стоки и услуги, което води до пределно насищане на предметната среда на човека, а на масовия, конформистки или както вече го определихме консумативен дизайн има основна роля в този процес.

Същевременно в двайсетгодишния период на междувековието (1990 – 2010 г.) човешкото развитие преминава на нов етап и навлиза в нова, дигитална епоха, ера на информацията. Съвременните процеси, на които сме свидетели, неизбежно водят човечеството към все по-динамично пренасяне на основни дейности във виртуалното пространство и съответно намаляваща необходимост от материални неща. Благодарение на новите технологии хората са много по-свързани едни с други, но въпреки това все по-фокусирани върху собствените индивидуални потребности. Действителността е крайно фрагментирана, а постигането на индивидуално щастие приоритет за масите. Индивидуалното щастие е свързано основно с потреблението на стоки и услуги, което в крайна сметка носи на индивида някаква лична хедонистична емоция. В съвременната действителност наблюдаваме огромна мрежа от виртуално свързани човешки същества, които обменят огромно количество информация, но все по-трудно споделят общи човешки емоции.

Тези процеси неизбежно водят до необходимостта от ново преосмисляне ролята на творците, а голям брой дизайнери отказват да изпълняват стереотипната роля отредена им, както в консумативното общество, така и в света на изкуството.

Самото изкуство, както подчертава Красимир Делчев (Делчев, 2012), вече не следва хронологичен модел на развитие, основан на линейно разбираното историческо време. (вж. и Бодрияр, 1995, стр. 21-22). Новите направления не се появяват редувайки се едно след друго и извършвайки своите революции, а представляват един едновременен широко разлят поток от направления, школи, групи в „синхронна

коекзистенция“<sup>4</sup>, както в делтата на река, без ясни граници между отделните ръкави, преди да се влее в океана. Художествените критици определят днешната съвременност като „делтасъвременност“, в която не съществуват и отделни граници между отделните изкуства: живопис, скулптура, дизайн, архитектура, фотография, театър. Според автора в изкуството от междувековието доминира не едно определено изкуство, а плурализъмът на множество изкуства, изтрили границите помежду си, свободно преминаващи едно в друго.

Изглежда са необходими близо сто години, за да се осъществят идеите и стремежите на авангардите от началото на XX в. за премахване на границите между отделните изкуства и осъществяване на симбиоза на похватите и изразните средства. Това, което тепърва трябва да бъде постигнато е балансът между индивидуализма, водещата роля на егото и универсалната общност, универсалното съзнание.

Такава е картината, която обуславя развитието на концептуалните практики, чието зараждане и развитие, в периода 60-те – 80-те години на XX в. е разгледано във втора глава на дисертационния турд. На този фон се открояват новите тенденции, които са свързани с бъдещето развитие на дизайна и по точно с неговата концептуална форма. В предишната глава са изведени няколко критерия, спрямо които отделяме самостоятелна група *концептуален дизайн*.

Тези критерии най-често присъстват в комбинация в дизайн практиките, които са разгледани в настоящата глава, което не позволява те да бъдат определящи за класифицирането на отделните тенденции. Важно е да се отбележи, че самите тенденции, макар и разграничени по между си, също имат не само допирни точки, но и споделят много общи измерения, което е адекватно в контекста на ситуацията делтасъвременност. Признаците, по които са обособени отделните тенденции в групата на концептуалния дизайн са наратива, водещото послание и историческата обусловеност.

### 3.1. Отговорен дизайн

Когато говорим за отговорен дизайн, имаме предвид социално ангажиран дизайн, отговорен към околната среда, материалните, човешките и енергийни ресурси. Целта тук е заявяване на социални идеи и критики, чрез дизайн произведенията, както и хуманизиране на дизайна. Средствата и похватите, използвани от авторите, които следват тази тенденция, са отговорно използване на природни естествени материали,

възобновяеми ресурси или отпадни материали от определени индустриални производства, личната намеса на автора в конкретното произведение, както и дизайн, в който са използвани похватите реди мейд и ре-дизайн. Системата на отговорния дизайн от една страна съдържа концепциите за устойчив и зелен дизайн, от друга това е и дизайн в духа на концептуалните традиции, поставени още в началото на миналия век от Марсел Дюшан. Дизайн обектите притежават добавена стойност на посредници на концептуалните идеи на авторите. Те са средство за общуване между автор и публика, а не дехуманизираното общуване между човек и предмет, характерно за консуматорския дизайн.

### 3.1.1. Новаторски и устойчив дизайн

Концепциите за устойчив и зелен дизайн се развиват от идеите на Виктор Папанек и Бъкминстър Фулър (Papenek, 1972, Raizman, 2010), свързани с възприемането на дизайна като дейност отговорна към оцеляването на планетата, във връзка както с околната среда, така и с обществото. Важно е да се отбележи, че в повечето случаи „устойчив“ (sustainable), „зелен“ (green) и „еко“ (eco) са различни наименования, които обозначават един и същ конкретен, същностен дизайн подход, а не различни течения в дизайна.

Представени и анализирани са множество дизайн проекти, концепции, практики и стратегии: Алехандро Аравена и проекта „*Chairless*“; стратегическият подход за устойчив дизайн „Cradle-to-Cradle Design“; проектите „Sea Chair“ и „Can city“ на студио „Swine“; иновативните подходи свързани с използване на остатъчни материали от различни производства, възобновяема енергия и нетрадиционни ресурси; обособената през 2012 г. нова тенденция в дизайна – „биодизайн“, характеризираща се с прилагане в дизайна на принципите на традиционната и синтетична биология.

В разгледаните проекти ясно се откроява необходимостта и основният стремеж на съвременния човек да живее във една все по-затворена и самоподдържаща се система, която да функционира на принципа на непрекъсната циркулация на ресурсите. Много от тези проекти са основани на *иновацията*, на търсенето на нови подходи, материали, ресурси и източници на енергия, както и на изследването на взаимовръзките между човекът и другите, околната среда и наследството на традициите. И това е само едната страна на тенденцията, обособена като *отговорен дизайн*. Защото дори и когато бъде постигната една напълно устойчива и самоподдържаща се система остро ще стои въпросът: какво да правим с всичко, което вече сме произвели? С всички произведени

материални неща, които вече пренасищат предметната среда на човека. Този въпрос неизбежно води до необходимост от ново преосмисляне на ролята на творците, а концептуалната традиция на реди мейд и ре-дизайн се явява основен похват, чрез който те заявяват своята отговорна и активна социална позиция. Предизвикателството пред твореца вече не е да създава нови уникални предмети, а е концептуален процес на осъзната *трансформация* на съществуващите.

### 3.1.2. Реди мейд дизайн и ре-дизайн

Както вече бе отбелязано в дисертационния труд още през 80-те години на XX в. дизайнерите манипулатори осъзнато прилагат реди мейд и ре-дизайн като подходи и средства в дизайна и преобразуват, трансформират средата и предметите, като ги натоварват с художествен контекст. Трансформираните дизайн обекти изпълняват ролята на медиатори в този процес. Често се наблюдава преминаване отвъд формата и функцията, наратив е посланието въплътено в обекта и интерпретациите, които той предизвиква.

В хронологичен ред от началото на 90-те год. на XX в. са разгледани основни дизайнери и практики: Тейо Реми и Рене Вийнхаузен; Юрген Бей; Зоуи Мърфи; Карън Райън; Анна Джеймс; Рупърт Бланчард; Джеймс Плъм; Мартино Гампър; „5.5 designers“ с проекта „Réanim“; Фернандо и Умберто Кампана; работилница „Пункт“; „Destructive creation“; „Malafor“; Галя Тамуз.

## 3.2. Емоционален и нематериален дизайн

В контекста на емоционалният дизайн перспективата пред творците е да заявяват своята позиция в този динамично променящ се свят, чрез дизайн, който е освободен и нематериален, който може да бъде изживян, но не и консумиран, чиито изразни средства са знакови системи, които провокират емоционални изживявания. Тази тенденция е пряко свързана със стремежа на изкуството към нематериалност, която се заражда през 60-те години на XX в.

Представена и анализирана е работата на Токуджин Йошиока; студио „Глитеро“; студио „Nodesign“; колаборацията „Numen/For Use“.

### Изводи към трета глава

Съвременните концептуални дизайн тенденции се развиват в контекста на специфичната ситуация, с която се характеризира периода на междувековието:

- съвременното изкуство вече не следва хронологичен модел на развитие, а е определяно като „делтасъвременност“ - доминира не едно определено изкуство, а плурализъмът на множество изкуства, изтрили границите помежду си, свободно преминаващи едно в друго;
- човешкото развитие преминава на нов етап и навлиза в нова, дигитална епоха, ера на информацията;
- експанзивно се развиват и преосмислят теориите и подходите за „устойчив дизайн“
- масовият, конформистки дизайн доминиран от стимулирането на консумацията и инструментите за икономически растеж, продължава да владее огромен процент от дизайн практиката.

Тези процеси пораждаат необходимостта и от ново преосмисляне ролята на творците, и голям брой дизайнери отказват да изпълняват стереотипната роля отредена им, както в консумативното общество, така и в света на изкуството.

На фона на тази картина, и следвайки посоките на развитие очертани от реформистките и провокативни дизайн теории и практики от 60-те – 80-те години на XX в., в съвременния дизайн се обособяват две основни концептуални тенденции, обединени под названията „отговорен дизайн“ и „емоционален и нематериален дизайн“.

От своя страна системата на „отговорния дизайн“ се състои от две основни направления. Едното обединява дизайн теориите и практиките с наратив *иновация*, а другото тези основани на *трансформация*.

В първото направление са обединени теории и практики, които:

- разработват нови концепции за промяна на съществуващата, за създаване на материални блага, парадигма „от люлка до гроб“ и замяната ѝ от нов водещ принцип - „от люлка до люлка“;
- разработват нови дизайн подходи които са фокусирани върху предлагане на решения за възстановяване на замърсените екосистеми чрез дизайн;
- създават решения за подпомагане на местни общности в нужда (в широк спектър от ситуации);
- изследват широк спектър от иновативни и нетрадиционни материали и суровини; използват отпадни материали, както от различни производства,

така и от съвременния начин на живот; изследват възобновяеми източници на енергия;

- разработват експериментални проекти водени от концепцията за провокиране промяна в начина на мислене;
- разработват силно критични проекти, които алармират за проблеми и възможни непредвидими последици в социално-обществените процеси и екосистемите.

В това направление са включени и проекти, които заимстват и интегрират в дизайна принципи, технологии и методи от биологията. В тази специфична нова сфера на дизайн дефинирана през 2012 г. като „биодизайн“ се съдържат и проекти, които използват синтетичната биология свързана с намеса в ДНК кодиранията и създаване на нов тип генетично модифицирани организми. Тези проекти не могат да бъдат изолирани от понятието „биодизайн“, но и не могат да бъдат включени в принципите на отговорния дизайн, заради риска от непредвидимите резултати от тази нова и специфична дейност.

Във второто направление са обединени дизайн практики, в които осъзнато са прилагани принципите на „реди мейд“ и „ре-дизайн“ като осъзнати подходи, чрез които се преобразуват, трансформират средата и предметите, като се натоваарват с художествен контекст. Трансформираните дизайн обекти изпълняват ролята на медиатори в този процес. Често се наблюдава преминаване отвъд формата и функцията, наратив е посланието въплътено в обекта и интерпретациите, които той предизвиква.

Тенденцията, която определяме като „емоционален и нематериален дизайн“ обединява дизайн проекти, които:

- изследват перспективата пред творците да създават преживявания, емоции и чувства, а не материални форми или обекти, които да бъдат потребявани/консумирани;
- изследват взаимодействията реално-имагинерно и реално-виртуално;
- отразяват промените настъпващи в обществото в следствие на новите технологии;
- изследват дизайна като емоционален процес. Процесът на създаване е по-значим от крайният продукт;
- изследват емоционалната взаимовръзка между човека, предметите и пространствата с помощта на виртуален посредник;

- създават специфично социално-психологическо пространство
- провокират реалното, а не виртуално, социалното общуване и споделянето на обща емоционална енергия.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящото изследване ясно откри концептуалния дизайн като явление, чиято поява и развитие може да се раздели на три исторически периода. Първият период обхваща времевите рамки от началото на XX в. до избухването на Втората световна война. През този период могат да бъдат открити корените за появата на концептуален дизайн в контекста на споделянето на общи идеи, изразни средства и обща концептуална основа между дизайна и авангардното изкуство, от което впоследствие се развива концептуалната тенденция в съвременното изкуство.

Вторият период, от края на Втората световна война до 90-те години на XX в., се характеризира с бурното развитие на дизайн практиката и значителната роля, която дизайнът изпълнява в новия начин на живот на западното общество. Още през първите двадесет години на периода дизайнът се вписва като неразделен компонент в системата на масовата култура, а неговото развитие следва пътя на конформизма. Като реакция на произтичащите от този процес обстоятелства, във взаимодействие с развитието на концептуалната тенденция в изкуството, и в контекста на силно динамичните социално-обществени процеси, характеризиращи периода на 60-те години на XX в., в дизайна с появяват реформистки и провокативни дизайн теории и практики. Анализът на тяхното развитие през 60-те – 80-те год. на XX в. позволи извеждането на основни критерии, спрямо които да бъде дефинирано понятието „концептуален дизайн“: *преминаване отвъд формата и функцията, наратив е посланието; наличие на критичен тон в произведенията на дизайна; същностна връзка с концептуалното изкуство.*

В периода на междувековието до сега масовият, конформистки, консумативен дизайн продължава да владее огромен процент от дизайн практиката и да изпълнява функцията на икономически и маркетингов инструмент. В контекста на състоянието на изкуството делтасъвременност, преминаването на човечеството в нова, дигитална епоха, и стремежът на човека да живее във все по-затворена, устойчива и самоподдържаща се система се разгръщат множество концептуални дизайн теории и практики. Те са резултат на историческите натрупвания, които предопределят новото

преосмисляне ролята на творците, и отказът на голям брой дизайнери да изпълняват стереотипната роля, която им е отредена - както в консумативното общество, така и в света на изкуството.

Новите дизайн теории и практики могат да бъдат класифицирани по същностни признаци и обединени в две основни тенденции: *отговорен дизайн* и *емоционален и нематериален дизайн*. Наименованията на тенденциите дават ясна представа за наратива в концепцията на всяка от тях. Първата тенденция обединява дизайн теории и практики отговорни по отношение на околната среда, човека и обществото, материалните и енергийни ресурси. В нея са обособени две основни направления, класифицирани въз основа на водещите подходи: *иновация* и *трансформация*. Втората тенденция обединява проекти, които изследват дизайна като емоционален процес чрез който се създават по-скоро преживявания и чувства отколкото материални форми и обекти. Съществен аспект в тези проекти е, че в различна степен отразяват промените, които настъпват в обществото в следствие на новите технологии и произтичащите от това взаимодействия.

В зависимост от различния исторически контекст концептуални дизайн теории и практики се зараждат и развиват в различни географски точки. Първият и най-значим ясно изразен такъв исторически момент е в Италия през 60-те – 80-те год. на XX в., която е определяна, от историците на дизайна, като фокусиран микро модел на ситуацията в дизайна през този период. През 60-те години алтернативни теории в областта на архитектурата, които са в неразривна връзка и с концептуалния дизайн се развиват в и Англия и Япония. Изследването и анализът на съвременната ситуация откриха като центрове, в които се генерират концептуални дизайн теории и практики основно Холандия и Англия. Това до известна степен се дължи на дейността на висшите училища „Дизайн академия“ в Айндохвен и „Роял Колидж“ в Лондон, както и на холандската компания с международна дейност „Droog“. Разбира се в контекста на съвременното глобално общество и новия номадски начин на живот, характерен за младите поколения (20-35 г.), такова локализиране е твърде условно. Концептуални проекти се открояват в САЩ, Канада, Чили, Израел, Австралия, Португалия, Испания, Франция, Швейцария, Полша, Словения, Хърватска, Гърция и др. От изключително значение е, че и на локалната българска сцена вече се появяват, макар и малко, концептуални практики, които бяха отразени в настоящия труд. Това поставя фокус върху необходимостта от преосмисляне на ситуацията в съвременния български дизайн



и разчупване на стереотипната рамка, която владее голям процент от дизайн практиката в страната.

## **БИБЛИОГРАФИЯ ПОЛЗВАНА В АВТОРЕФЕРАТА**

**Бодрияр, Ж.** (1995). *Илюзията за края*. Превод от френски А. Гунов, Д. Митов. София: ИК "Критика и хуманизъм"

**Дворянов, О.** (2003). *Концептуалната тенденция в съвременното изкуство*. София: Веда – Словена

**Делчев, Кр.** (2012). *Философски ескизи върху съвременното изобразително изкуство от междувековието (1990-2010)*. София: Изток-Запад

**Иванова, Н.** (1984). *История на дизайна*. София: Наука и изкуство

**Мийе, К.** (1993/1987). *Съвременното изкуство във Франция*. Превод от френски: А. Тодоров и Ст. Генова. София: Университетско издателство "Св. Климент Охридски"

**Морен, Е.** (1995/1962). *Духът на времето*. Превод от френски: Н. Капралова и М. Серафимова. София: ИК "Христо Ботев"

**Сергинов, Б.** (2008). *Дизайн проектиране*. София: Национална художествена академия

**Стефанов, И.** (1973). *Социалната съдба на изкуството*. София: Народна младеж

**Хонеф, Кл.** (2005). *Попарт*. София: Алианс – 97, TASCHEN

**Clarke, A.** (ed.) (2011). *Design anthropology object culture in the 21st century*. Wien: Springer-Verlag

**Harrison, Ch., Wood, P.** (ed.) (2003). *Art in Theory 1900-2000. An Anthology of Changing Ideas*. London: Blackwell Publishers

**Jackson, L.** (2007/1998). *The Sixties Decade of Design Revolution*. London: Phaidon Press

**Raizman, D.** (2010). *History of Modern Design*. London: Laurence King Publishing

## Научни приноси

1. Дисертационният труд е първото по рода си у нас цялостно теоретично изследване за възникването, обособяването и развитието на концептуалния дизайн
2. В докторската разработка за първи път в България е конкретизиран концептуалният дизайн в понятийната система на дизайна
3. Дисертационния труд има принос в направеното за първи път у нас систематизиране на материали, форми и среди, пряко и косвено свързани с концептуалния дизайн
4. Теоретично са обосновани, проследени и разкрити същността, структурата и характеристиките на концептуалния дизайн
5. Въведена е методология, критериен апарат и инструментариум на концептуалния дизайн
6. Обособени са най-новите тенденции и са очертани възможни посоки на бъдещо развитие

## Списък с публикации по темата на дисертационния труд

Калоянова, Б. (2012). *Перспективи пред дизайна. Концептуален дизайн*, Сборник статии от научна конференция „Проблеми и перспективи в развитието на съвременния дизайн и декоративно-приложните изкуства“, София: НХА

Калоянова, Б. (2013). *Концептуални тенденции в дизайна през 20-те години на ХХ век*, Сборник статии от научни конференции 2011-2012 на департамент „Дизайн и архитектура“, София: НБУ

Калоянова, Б. (2013). *Реди мейд и ре-дизайн като част от системата на концептуалния дизайн*, Сборник статии от научни конференции 2011-2012 на департамент „Дизайн и архитектура“, София: НБУ

Kaloyanova, B. (2011). *Conceptual Art and Radical Design in 1960s and 1970s*, публикувано на официалния сайт на петата международна научна конференция DESIGN: PRINCIPLES & PRACTICES, проведена в Рим

Kaloyanova, B. (2013). *Using Ready Made Elements As Alternative Means of Expression in Design*, публикувано на официалния сайт на седмата международна научна конференция DESIGN: PRINCIPLES & PRACTICES, проведена в Chiba University, Токио

